

Série de insights para gerentes de viagens

# A resposta às demandas de flexibilidade de quem viaja



# A prática do equilíbrio

Os gerentes de viagens se deparam com uma série de tarefas árduas. Talvez, a mais relevante seja equilibrar as necessidades geralmente conflitantes de suas duas principais partes interessadas:

- viajantes a negócios, que desejam fazer reservas de acordo com suas preferências, inclusive de localidade;
- a própria empresa, que precisa controlar os custos e monitorar seu pessoal.

O desafio de fazer o certo para ambos os grupos é permanente. Mas novos fatores estão ampliando o atrito, como a mudança nas estratégias de distribuição das companhias aéreas e o aumento dos preços das passagens que induzem os empregadores a restringir ainda mais as políticas.

A boa notícia? Apesar do ruído crescente, gerentes de viagens experientes podem adotar medidas para assegurar mais satisfação entre todos os seus clientes internos. Vamos analisar duas tensões clássicas entre viajante e empresa e como administrá-las com mais inteligência.



## DESAFIO 1

# Os viajantes ignoram a ferramenta de reservas da empresa

Uma batalha constante para os gerentes de viagens é prevenir “vazamento”, ou seja, viajantes que fazem reservas em aplicativos ou sites disponíveis on-line quando deveriam usar a ferramenta de reservas da empresa.

Reservar fora do programa acarreta sérios problemas para os gerentes de viagens. As principais atividades comprometidas pela falta de visibilidade dos dados são:

- dever de diligência: rastreamento do paradeiro dos viajantes;
- negociações com fornecedores: monitoramento dos gastos;
- conformidade: monitoramento da conformidade do viajante com a política.

Para reduzir o vazamento, o primeiro passo é entender por que os viajantes fogem dos canais aprovados. Os motivos comuns incluem a preferência por sites familiares ao reservar viagens de lazer ou o desejo de ganhar pontos de fidelidade e vantagens.

Talvez um dos problemas mais comuns seja os viajantes acreditarem que podem obter acesso a uma experiência mais personalizada e a opções melhores fora da ferramenta corporativa, o que não se resume apenas a tarifas menores, mas a serviços extras, como bagagem e escolha de assentos.

## A PERSPECTIVA DO GERENTE DE VIAGENS



“Estamos instruindo todas as nossas partes interessadas de que a segurança é nossa prioridade número um – há muitos riscos quando você faz reservas fora do sistema.”

**Mina Salim, gerente de viagens do Marel Group**



“A ideia é fazer com que os colaboradores não se sintam limitados ao reservar. Atuamos em um mercado de trabalho extremamente competitivo. Se as pessoas forem cerceadas, elas simplesmente irão para um concorrente.”

**Adam Hickingbotham, gerente de categoria (serviços de viagens e escritório) da AtkinsRéalis**



“No fim das contas, nossa função é colocar limites para orientar os viajantes e ajudá-los a entender o valor das coisas que estamos pedindo que comprem.”

**Buffy Garrier, gerente global de viagens e cartões corporativos da Seagate**



“Se você for capaz de direcionar o foco da conversa com sua liderança para o valor, o valor em respaldar a segurança e o bem-estar de seus colaboradores sempre superará qualquer pequena diferença de custo.”

**Danny Cockton, vice-presidente de serviços globais de viagens e diretor da Wood**

# Como atrair os viajantes de volta à sua ferramenta de reservas

## → FLEXIBILIZE AO MÁXIMO AS OPÇÕES DE RESERVA

Elimine restrições que geram pouco ou nenhum benefício. Por exemplo, permita que a ferramenta de reservas mostre opções de companhias aéreas não preferenciais se elas forem mais baratas, tiverem o mesmo preço ou forem só um pouco mais caras do que a companhia aérea preferencial.

## → FACILITE AO MÁXIMO O ACESSO À PLATAFORMA DE RESERVAS CORPORATIVAS

Um ótimo exemplo é o pagamento. Se os viajantes reservarem um voo por meio da ferramenta de reservas da empresa, transforme-a em um sistema centralizado de pagamentos (como um cartão de hospedagem) no qual a empresa cobre o custo automaticamente, eliminando a necessidade de o colaborador enviar um relatório de despesas.

## → DESFAÇA O MITO DA GESTÃO DE INTERRUPÇÕES

Os viajantes às vezes se enganam ao acreditar que podem remarcar uma viagem interrompida com mais rapidez se tiverem feito a reserva por conta própria. Geralmente, isso não é verdade: quando eles escolhem essa opção, não têm qualquer respaldo. É preferível assegurar que os colaboradores saibam que, quando usam a ferramenta de reservas, a reserva é compartilhada com sua empresa de gestão de viagens (Travel Management Company, TMC), que tem a tecnologia e a experiência, além do relacionamento comercial com as companhias aéreas para remarcar a viagem muito mais rápido.

## → EXPLIQUE POR QUE SUA EMPRESA TEM UMA FERRAMENTA DE RESERVAS CORPORATIVAS

Os colaboradores normalmente adotarão sua abordagem se você explicar os motivos convincentes para usar a ferramenta de reservas da empresa. Concentre-se, sobretudo, no que beneficia o viajante, principalmente no dever de diligência: se os colaboradores não reservarem através da ferramenta corporativa, a empresa não poderá localizá-los em uma emergência.

## → CERTIFIQUE-SE DE OFERECER CONTEÚDO ABRANGENTE

Garanta que sua ferramenta de reservas tenha as conexões de Nova Capacidade de Distribuição (New Distribution Capability, NDC) que permitem oferecer toda a gama de conteúdo que seus viajantes encontrariam em um site de terceiros. Dessa forma, os viajantes obtêm acesso a uma gama mais ampla de tarifas e opções de autoatendimento, como reservas antecipadas de assentos.

## DESAFIO 2

# Classe executiva: equilíbrio entre custo e conforto

Hoje, os viajantes a negócios solicitam cada vez mais para voar na classe executiva, então os gerentes de viagens poderão se sentir mais pressionados a tornar as opções premium mais acessíveis. Pode haver vários motivos para ampliar o acesso, como maior sensibilidade quanto ao bem-estar e uma mudança de atitude em relação à hierarquia. Afinal, agora, viagens em que os chefes se sentam na frente do avião enquanto o restante dos colaboradores se acomodam na parte de trás podem parecer anacrônicas.

Apesar de ser muito mais caro, há bons motivos para muitas empresas permitirem pelo menos algumas viagens na classe executiva. Os colaboradores são mais propensos a trabalhar de maneira produtiva em seu destino se chegarem bem descansados. O recrutamento e a retenção também são vitais: as empresas querem evitar a perda dos melhores talentos para concorrentes que têm políticas de viagens mais generosas.

## A PERSPECTIVA DO GERENTE DE VIAGENS



“Se for um requisito específico do cliente, haverá um processo interno em vigor para permitir que os colaboradores solicitem upgrade para a classe executiva porque não queremos que eles se apresentem exaustos e não consigam render conforme o esperado.”

**Adam Hickingbotham, gerente de categoria (serviços de viagens e escritório) da AtkinsRéalis**



“Algumas empresas têm dificuldade em entender por que um líder pode ser tratado de forma diferente. É porque o tempo deles é considerado mais importante? Não pensamos assim. Nossos valores afirmam claramente que todos são iguais.”

**Buffy Garrier, gerente global de viagens e cartões corporativos da Seagate**



“Nossa política de viagens estipula a melhor classe econômica disponível para os colaboradores, enquanto a classe econômica premium é reservada para a equipe ampliada de liderança. No entanto, há uma percepção comum de que padrões de viagem coesos em todos os níveis podem promover um senso mais forte de unidade.”

**Mina Salim, gerente de viagens do Marel Group**

# Encontre o equilíbrio ideal de políticas para sua empresa

## → ALTERE O FATOR DETERMINANTE

Em vez de basear a política na senioridade, permita o uso da classe executiva nos casos em que realmente fizer a diferença para o bem-estar e a produtividade. Por exemplo, em relação à duração do voo ou da viagem (autorizando viagens mais curtas na classe executiva porque o tempo de recuperação é menor) ou, ainda, à finalidade da viagem (permitindo a realização de negócios em viagens com interações com clientes).

## → ANALISE AS OPÇÕES

Antes de alterar as regras, entenda quanto custará. Avalie quantas viagens seriam afetadas e qual seria o impacto financeiro se você autorizasse a classe executiva em voos com mais de cinco, sete ou dez horas, por exemplo.

## → COMPARE OUTRAS EMPRESAS

Com a ajuda de sua TMC, de um consultor ou de associações do setor, compare sua política com o grupo de pares de seu setor. Se você constatar que é muito mais rigoroso do que os concorrentes, poderá estar perdendo a batalha por talentos.

## → DÊ ALGO EM TROCA

Se você não puder arcar com o custo da classe executiva, procure outras maneiras de contribuir para o bem-estar e a produtividade dos viajantes. Considere, por exemplo, negociar o acesso à sala VIP nos aeroportos ou dar folga aos viajantes após um voo de longa distância.

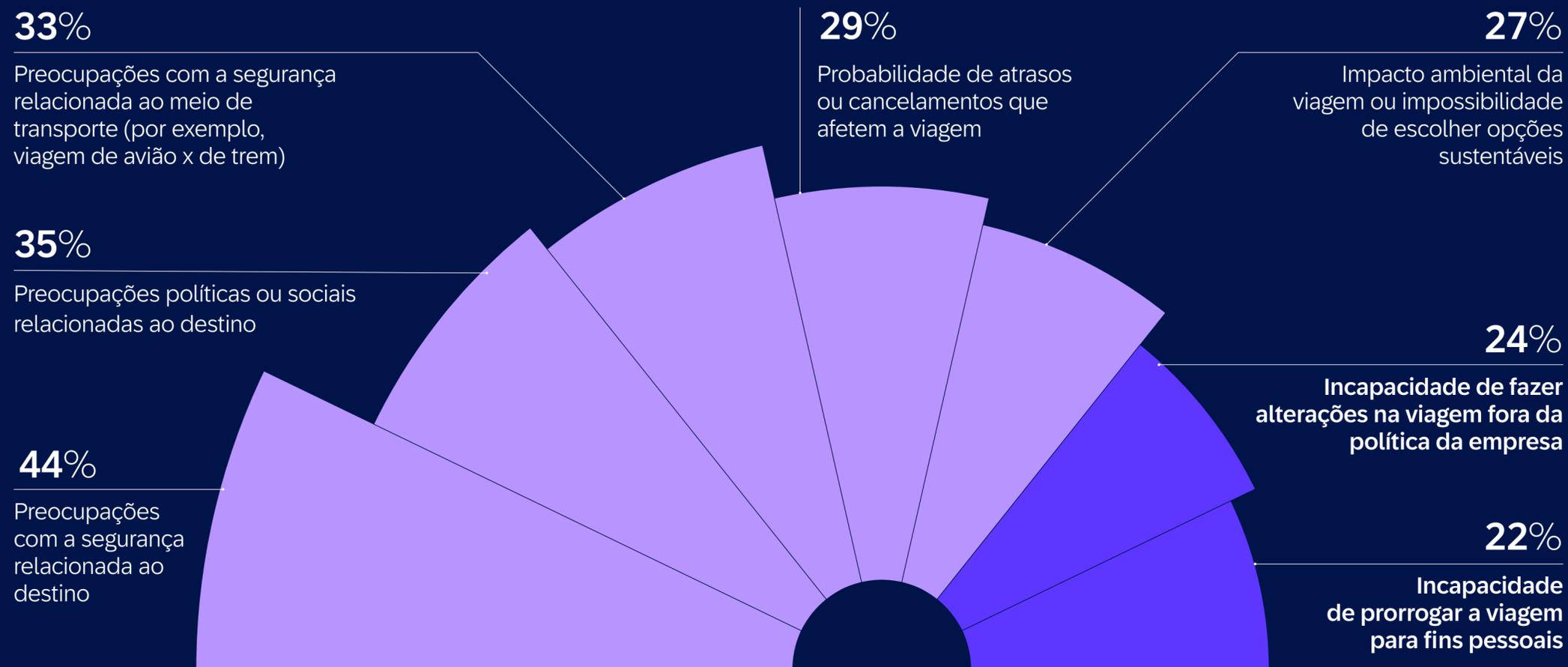
## → CONSIDERE VOAR MENOS, MAS MELHOR

Se um colaborador na América do Norte visita os escritórios da empresa na Ásia a cada três meses, ele poderia reduzir as viagens para uma vez por ano, mas viajar na classe executiva em vez da econômica? Essa estratégia respaldaria os objetivos de bem-estar dos colaboradores e seria um exemplo positivo de viagens comedidas e pertinentes que se alinham aos valores de sua empresa.

# A resposta às demandas de flexibilidade dos viajantes a negócios

## OS VIAJANTES A NEGÓCIOS ESTÃO BUSCANDO MAIS FLEXIBILIDADE EM SUAS VIAGENS

Motivos pelos quais os viajantes recusariam uma viagem de negócios



Fonte: relatório da 6.ª Pesquisa global anual com viajantes a negócios da SAP Concur

## NO ENTANTO, SUAS SOLICITAÇÕES SÃO CADA VEZ MAIS RECUSADAS PELAS EMPRESAS QUE BUSCAM CORTAR CUSTOS

**91%**

dos viajantes a negócios relatam que suas solicitações de flexibilidade foram rejeitadas nos últimos 12 meses

Fonte: relatório da 6.ª Pesquisa global anual com viajantes a negócios da SAP Concur

**42%**

dos viajantes a negócios acreditam que suas empresas estão priorizando o corte de custos em vez da flexibilidade das viagens

Fonte: relatório da 6.ª Pesquisa global anual com viajantes a negócios da SAP Concur

**36%**

dos gerentes de viagens estão enfrentando dificuldades para equilibrar as demandas dos viajantes com as medidas de corte de custos de suas empresas

Fonte: relatório da 6.ª Pesquisa global anual com gerentes de viagens da SAP Concur

### AS VANTAGENS E OS BENEFÍCIOS SENDO REDUZIDOS

% de viajantes a negócios que relatam observar o corte de benefícios



### OS VIAJANTES TÊM EXPECTATIVAS ELEVADAS EM RELAÇÃO À FERRAMENTA DE RESERVAS DE SUA EMPRESA

Recursos-chave que os viajantes desejam em uma ferramenta de reservas da empresa



Fonte: relatório da 6.ª Pesquisa global anual com viajantes a negócios da SAP Concur

## PARA ATENDER ÀS SUAS DEMANDAS EM CONSTANTE MUDANÇA, ELES USAM CADA VEZ MENOS A FERRAMENTA DE RESERVAS APROVADA

Principais motivos para os viajantes a negócios usarem canais não gerenciados

● Ofertas ● Compras facilitadas ● Gestão de mudanças ● Pontos de fidelidade

### VOOS

Agências de viagens on-line

**56%**

Ofertas



Diretamente com a companhia aérea

**61%**

Gestão de mudanças



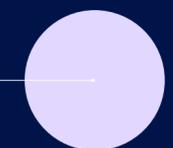
**46%**

Compras facilitadas



**43%**

Pontos de fidelidade



**39%**

Gestão de mudanças



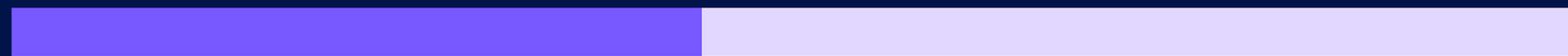
**41%**

Ofertas



**44%**

dos viajantes a negócios que estão cientes de sua ferramenta de reservas corporativas ainda reservam através de canais não gerenciados



### HOTÉIS

Agências de viagens on-line

**61%**

Ofertas



Agências de hotelaria

**49%**

Gestão de mudanças



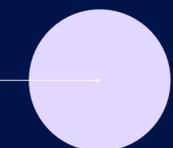
**38%**

Gestão de mudanças



**44%**

Pontos de fidelidade



**35%**

Hábitos/compras facilitadas



**42%**

Ofertas



## ISSO ESTÁ DIFICULTANDO MUITO O TRABALHO DOS GERENTES DE VIAGENS

Mais de

**1/3**



dos gerentes de viagens (37%) devem manter os viajantes em segurança sem ter visibilidade total de suas viagens

### PRINCIPAIS DESAFIOS DOS GERENTES DE VIAGENS PARA O PRÓXIMO ANO

**1**

Maiores preocupações de segurança

**38%**

**2**

Colaboradores que não usam as ferramentas de reserva da empresa

**38%**

**3**

Companhias aéreas que não compartilham conteúdo completo

**36%**

# Sobre a SAP Concur

A SAP® Concur® é a marca líder mundial em soluções de gestão de viagens, despesas e faturas. Impulsionadas por uma busca incansável para simplificar e automatizar os processos diários, as soluções orientam os colaboradores em viagens de negócios, inserem os encargos autorizados diretamente nos relatórios de despesas e automatizam as aprovações das faturas. Ao integrar dados quase em tempo real e usar IA na análise das transações, as empresas podem ver exatamente o que estão gastando, melhorar a conformidade e evitar possíveis pontos cegos no orçamento. A SAP Concur está imaginando um mundo onde a gestão das viagens e das despesas é praticamente automática, ajudando as empresas a apresentar o melhor desempenho todos os dias.

 Obtenha o [Guia para o sucesso do gerente de viagens](#) e confira estratégias-chave, ferramentas e dicas  
Baixe nossa folha de consulta: [Cinco dicas para proporcionar uma experiência de viagem aprimorada aos seus colaboradores](#)

Saiba mais em [concur.com.br](https://concur.com.br) ou no [blog](#) SAP Concur

© 2024 SAP SE ou empresa afiliada da SAP. Todos os direitos reservados. Consulte o Aviso Legal em [www.sap.com/legal-notice](https://www.sap.com/legal-notice) para obter os termos de uso, isenções de responsabilidade, divulgações ou restrições referentes a este material.

